内容摘要：本文分析2022年前三季度广东消费品市场运行特点，并提出相关对策建议。

关键词：2022年前三季度　消费　零售

2022年前三季度，随着疫情防控形势稳定可控、复工复产稳步推进、促消费政策持续显效，居民消费低位回升，广东消费品市场呈现趋稳恢复态势，多数品类商品零售保持增长。同时，由于省内外疫情多点散发，对消费品市场运行产生扰动，商品零售月度小幅波动。

一、总体情况

（一）消费品市场保持恢复态势，乡村增速快于城镇，商品零售恢复好于餐饮。

前三季度，广东实现社会消费品零售总额33324.72亿元，比上年同期增长2.2%，比1—8月提高0.2个百分点，比上半年提高1.3个百分点，消费品市场保持恢复态势。

多地疫情散发对城镇消费影响较大，城镇市场消费增速低于乡村。前三季度，广东城镇消费品零售额29330.44亿元，同比增长1.5%；乡村消费品零售额3994.27亿元，增长7.7%，乡村消费品零售额增速高于城镇6.2个百分点。受疫情散发、人员聚集管控、堂食受限等影响，餐饮收入3411.71亿元，下降2.1%，低于商品零售4.8个百分点。

（二）近七成商品零售额保持增长。

前三季度，广东限额以上单位18类主要商品零售类值中，12类商品类值零售额保持增长，合计拉动限额以上单位商品零

售增长 6.2 个百分点，拉动作用比 1—8 月提高 0.5 个百分点，比上半年提高 2.8 个百分点。（见表 1）

表 1　2022 年前三季度广东限额以上单位商品零售额增速

单位：%

商品类别	前三季度	1—8 月	上半年
粮油、食品类	7.2	7.6	6.6
饮料类	5.1	6.6	5.9
烟酒类	2.0	4.4	5.0
服装、鞋帽、针纺织品类	-8.1	-8.4	-11.0
化妆品类	-0.1	1.0	3.2
金银珠宝类	2.6	5.9	6.6
日用品类	-0.8	-0.8	-0.3
体育.娱乐用品类	-12.0	-12.4	-11.6
书报杂志类	6.6	2.3	2.6
家用电器和音像器材类	3.1	3.5	3.2
中西药品类	9.2	9.8	11.1
文化办公用品类	2.5	3.6	6.7
家具类	-14.9	-13.6	-12.2
通讯器材类	8.6	8.0	8.5
石油及制品类	16.5	17.7	19.0
建筑及装潢材料类	-3.3	-2.5	2.5
机电产品类	5.9	4.9	2.6
汽车类	6.0	3.8	0.4

从全国公布的 15 个主要商品类值消费情况看，前三季度，广东有 7 个商品类值零售好于全国水平。其中，在全省促消费政策持续推动下，家用电器类、通讯器材类和汽车类商品类值零售增速明显高于全国水平，分别增长 3.1%、8.6%和 6.0%，比全国

水平分别高 2.4 个、8.4 个和 5.6 个百分点，合计拉动全省限额以上单位商品零售额增长 2.7 个百分点，拉动幅度比全国水平高 2.6 个百分点。（见表 2）

表 2　2022 年前三季度广东限额以上主要商品类值零售增速与全国对比

商品类值	增速（%）			拉动（百分点）		
	广东	全国	相差	广东	全国	相差
1.粮油、食品类	7.2	9.1	-1.9	0.6	1.0	-0.4
2.饮料类	5.1	6.9	-1.8	0.1	0.1	0.0
3.烟酒类	2.0	4.7	-2.7	0.0	0.1	-0.1
4.服装鞋帽、针、纺织品类	-8.1	-4.0	-4.1	-0.5	-0.3	-0.2
5.化妆品类	-0.1	-2.7	2.6	0.0	-0.1	0.1
6.金银珠宝类	2.6	2.2	0.4	0.1	0.0	0.1
7.日用品类	-0.8	2.0	-2.8	0.0	0.1	-0.1
8.家用电器和音像器材类	3.1	0.7	2.4	0.2	0.0	0.2
9.中西药品类	9.2	9.4	-0.2	0.4	0.4	0.0
10.文化办公用品类	2.5	6.8	-4.3	0.1	0.2	-0.1
11.家具类	-14.9	-8.4	-6.5	-0.2	-0.1	-0.1
12.通讯器材类	8.6	0.2	8.4	0.5	0.0	0.5
13.石油及制品类	16.5	14.0	2.5	2.2	1.9	0.3
14.建筑及装潢材料类	-3.3	-4.9	1.6	0.0	-0.1	0.1
15.汽车类	6.0	0.4	5.6	2.0	0.1	1.9

（三）汽车类商品零售“压舱石”作用进一步显现。

今年以来，随着汽车芯片短缺问题逐步有效缓解，叠加汽车产业链逐步恢复、汽车促消费政策接续实施、购车指标增加等有

利因素，汽车消费需求得以有效释放，零售额增势良好。前三季度，广东限额以上单位汽车类商品实现零售额 4094.21 亿元，同比增长 6.0%，增幅比上半年提高 5.6 个百分点；拉动限额以上单位商品零售额增长 2.0 个百分点，拉动作用比上半年提高 1.9 个百分点。从当月数据看，9 月当月汽车类商品零售增长 22.6%，增幅比 8 月提高 5.1 个百分点，拉动限额以上单位商品零售额增长 7.3 个百分点。

受益于汽车购置税减半政策，传统燃油车销售增速转正。自 6 月燃油车购置税减半政策实施以来，限额以上单位非新能源汽车类商品零售增速由 7 月的下降 5.2%到 8 月的下降 0.4%，降幅收窄 4.8 个百分点，9 月增长 5.4%，增速由下降转为正增长。前三季度，广东限额以上单位非新能源汽车类商品零售额下降 8.3%，拉低限额以上单位商品零售额增速 2.5 个百分点，分别比上半年收窄 4.3 个和 1.4 个百分点。

新能源汽车零售保持高速增长。前三季度，广东限额以上单位新能源汽车实现零售额 904.30 亿元，增长 148.8%，拉动限额以上单位商品零售额增长 4.6 个百分点，拉动作用比上半年提高 0.5 个百分点。

（四）通讯器材类商品零售延续较快增势。

随着苹果 iPhone14、小米 12Ultra、荣耀 X 等新机上市，叠加消费补贴带动作用，前三季度，广东限额以上单位通讯器材类

商品实现零售额 724.87 亿元，同比增长 8.6%，增幅比 1—8 月提高 0.6 个百分点，比上半年提高 0.1 个百分点。其中，9 月当月零售额增长 25.3%，增幅比 8 月提高 13.1 个百分点，拉动限额以上单位零售额增长 0.7 个百分点，拉动作用比 8 月提高 0.6 个百分点。

（五）网上零售持续保持两位数增长。

前三季度，广东限额以上单位通过公共网络实现商品零售额 3862.90 亿元，同比增长 14.6%，比限额以上单位商品零售增速快 9.2 个百分点，拉动全省限额以上单位商品零售额增长 4.2 个百分点。网络零售持续保持较快增长，为全省消费市场平稳运行提供重要支持。

（六）批发、零售和住宿业重点商贸企业经营稳健。

零售额百强企业稳定增长。前三季度，全省零售额前 100 名企业合计实现零售额 4503.68 亿元，占全省限额以上批零法人零售额的 37.1%，零售额同比增长 12.6%，增幅高于全省平均水平 6.5 个百分点。

批发业、零售业和住宿业 50 强企业合计增速均高于全省平均水平。其中，批发业 50 强企业合计销售额占全省限额以上批发业的 26.5%，销售额增长 26.2%，增幅高于全省限额以上批发业法人平均水平 23.8 个百分点；零售业 50 强企业合计销售额占全省限额以上零售业的 31.7%，销售额增长 17.8%，增幅高于全

省限额以上零售业法人平均水平 9.5 个百分点；住宿业 50 强企业合计营业额占全省限额以上住宿业的 18.9%，营业额增长 4.1%，增幅高于全省限额以上住宿业法人平均水平 8.6 个百分点；餐饮业 50 强企业合计营业额占全省限额以上餐饮业的 35.1%，营业额下降 2.4%，低于全省限额以上餐饮业法人平均水平 2.6 个百分点。

二、对策建议

（一）延续汽车促消费政策落实，规范便利汽车消费市场，持续释放汽车消费潜力。

汽车类商品消费是拉动全省消费品市场的重要因素，建议延续汽车促消费政策落实，规范便利汽车消费市场，释放汽车消费潜力，为稳消费提供坚强保证。一是保持汽车消费补贴政策和实施力度，并建议在燃油车购置税减半优惠政策年底到期时适时延续，同时继续新能源汽车免征车辆购置税优惠政策落实；二是加强停车场规划建设和管理，提高基本停车需求保障水平并逐步完善新能源汽车充电设施标准规范，补强汽车消费发展短板；三是规范便利二手车交易，落实好二手车经销增值税优惠政策，简化二手车交易过户政策，促进汽车存量更新消费升级换代，释放消费潜力。

（二）持续发放消费券，有效刺激消费。

从今年情况看，全省各地开展多轮消费券发放活动，发放范

围覆盖面广、受益人数多，促消费取得明显效果。从“五一”小长假消费旺季至10月上旬，全省发放核销消费券超16亿元，直接拉动消费超100亿元，财政支出拉动比约8倍。其中深圳的“我爱购南山行”电商专项促销活动，第一阶段发放600万元电商消费券，拉动消费超6974万元，撬动比超过1∶11。广州结合商家促销特点，发放多轮政府消费券，“羊城欢乐购”活动中，带动全市消费金额环比增长17.4%。东莞发放多轮“乐购东莞”手机消费券，京东利昇、VIVO、OPPO网上商城销售迎来小高潮。消费券刺激了消费，提振了消费信心，拉动作用较为显著。10月份，全省疫情防控压力持续增大，消费增长承压，接下来，可进一步优化消费券发放方式，提高优惠券发放精准度和领取的便捷性。

（三）加大餐饮业政策扶持力度。

餐饮业自身经营有着广泛的人员接触性特点，在疫情多点散发扰动下，面临客流减少，甚至停摆风险。同时，作为劳动密集型行业，餐饮业吸纳就业人员多，对保民生和稳消费具有重要意义。稳定餐饮业经营就是保就业、保民生。因此，建议对餐饮行业在当前防疫补贴、金融补贴等纾困扶持措施前提下，再加大对餐饮业的政策扶持力度，实施更大范围的减免和支持政策，以此提振餐饮业信心，保证餐饮企业在疫情反复的情况下能够度过难关，让餐饮业“烟火气”尽快回归。

供稿单位：贸易外经统计处
撰　　稿：董　宇 汤　良
责任编辑：李良胜